Mammographie-Screening: Werbung könnte Frauen in die Irre führen

bcaction.de/mammographie-screening-werbung-koennte-frauen-in-die-irre-fuehren

6. September 2015

(Last Updated On: 6. September 2015)
Im *„Stern“* ist am 03.09.2015 der Artikel *„Werben mit der Brustkrebs-Angst“* erschienen, der sich kritisch mit dem Medizinmarketing durch Prominente („Celebrities“) befasst. Diese Form der Kommunikation von möglichen diagnostischen oder therapeutischen Interventionen wurde auch im Zusammenhang mit Angelina Jolies „Outing“ bereits kritisch diskutiert, denn sie beeinflusst Frauen nachhaltig.

Autorin Ilona Kriesl berichtet über die Kampagne der Schauspielerin Nina Petri, die in einer großen Anzeige mit den Worten „Ich liebe meinen Busen“ für die Mammographie wirbt. Allerdings würden die Risiken des Brustkrebs-Screenings mit keinem Wort erwähnt. So würden lediglich Ängste geschürt, Frauen aber nicht ausreichend aufgeklärt.

> „Ingrid Mühlhauser vom Deutschen Netzwerk Evidenzbasierte Medizin e.V. hält die Screening-Werbung, die nicht auf die Risiken eingeht, für unmoralisch. „Frauen werden dadurch in die Irre geführt und Ängste geschürt“, sagt die Medizinerin. „Es ist inakzeptabel, die Daten zu einem heiklen Thema auf diese Weise zu präsentieren.“ Mühlhauser warnt auch davor, dass die Annonce Frauen dazu verleiten könnte, den Nutzen der Untersuchung zu überschätzen. Schon jetzt würden viele Frauen glauben, das Screening könne eine Krebserkrankung verhindern. Allerdings trägt es lediglich zu einer frühen Diagnose bei.“

Der Einsatz der Mammographie zur Früherkennung von Brustkrebs ist wissenschaftlich seit Jahrzehnten umstritten. Seit der Etablierung des Screenings in Deutschland ist es zu einem erheblichen Anstieg von Brustkrebsdiagnosen gekommen. Zwar werden immer wieder Details, die einen Erfolg des Programms belegen sollen, veröffentlicht. Doch die absolute Zahl derjenigen Frauen, die an den Folgen der Krankheit sterben, ist bisher nicht wesentlich gesunken. Vielleicht passiert dies noch in den nächsten Jahren.

Frauen brauchen für ihre eigene Entscheidung, ob sie am Mammographie-Screening teilnehmen möchten oder nicht, Informationen, die möglichen Nutzen und Risiken verständlich und wissenschaftlich abgesichert (evidenzbasiert) darlegen.

Weiterlesen

Werben mit der Brustkrebs-Angst auf „Stern online“ v. 03.09.2015
Celebrity Effect von Gayle Sulik (MA, PhD Medizinsoziologin, Breast Cance Consortium)

Screening findet sechs Mammakarzinome auf 1.000 untersuchte Frauen, Deutsches Ärzteblatt online v. 02.09.2015

Mehr zum Mammographie-Screening bei uns